传统媒体与新媒体的融合策略研究

摘　要：在“拇指”时代，社会大众在获取媒体信息的时候，更加倾向于借助微博和微信等新媒体形式，电视和报纸等传统媒体的受众较以往大幅度缩减。然而，传统媒体与新媒体二者之间并非绝对的竞争关系，而是在相互碰撞中实现优势互补，协同发展，这决定了二者融合的可行性。本文重点就传统媒体与新媒体的融合策略进行了探讨，希望为后续相关研究提供一些参考。

关键词：传统媒体；新媒体；融合策略

中图分类号：G206　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2018）10-026-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.10.004

文 / 魏琦媛

引言

近些年，基于互联网发展起来的微信、微博以及网络客户端等新媒体形式逐步取代电台和报纸等传统媒介成为了当下的主流媒体。在新媒体快速发展的背景下，传统媒体发展受到了一定限制，在这种媒体竞争压力下故步自封是不可取的，其出路在于顺应媒体发展形势，在保持自身特色和发挥自身优势的基础上，同新媒体进行有效融合，这是传统媒体在新形势下突破发展瓶颈的唯一选择。

1. 传统媒体与新媒体融合的可行性分析

在互联网技术快速发展的背景下，以微博和微信为代表的新媒体形式不断增多，并逐步成为新时期社会大众获取媒体信息的主要方式，这在一定程度上抢占了电视、电台和报纸等传统媒体的市场份额，促使新媒体和传统媒体之间存在激烈碰撞。然而，正如硬币有正反两个面一样，新媒体的诞生在增加传统媒体发展难度的同时，也为传统媒体发展提供了一些新的发展机遇，如传统广播电台可以搭接互联网形成网络广播电台，这样可以吸引更多受众重新使用这种传统媒介。相较于传统媒体，新媒体在信息获取量、信息获取速率、传播速度和范围、与受众互动性等方面具有显著优势，但传统媒体在媒体信息公信力和真实性方面同样具有巨大优势。若有效融合新旧媒体，使双方可以相互利用对方的优势资源，那么，可以在增强媒体信息真实性和可读性的基础上，拓展媒体信息传播渠道和范围，有助于为受众提供更加全面、高效、准确的媒体信息。可见，传统媒体与新媒体之间的确可以实现优势互补，协同发展。近年来，为了推动新兴媒体与传统媒体的融合发展，我国出台了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》等相关指导性文件，借此明确新旧媒介融合的原则与路径，这表明新旧媒体融合已经上升到了国家战略高度，同时也从侧面反映出传统媒体在新形势下要想实现突破发展，就必须加快与新媒体进行融合。

2. 传统媒体与新媒体的融合策略

2.1 更新观念，奠定融合的基础

观念和思想是行为的先导。在开展新旧媒体融合发展的过程中，为了顺利实现二者的融合，就需要先从更新融合观念入手。无论是新媒体还是传统媒体，它们均有其固有的优势，如新媒体具有传播路径多、传播速率快等优势，传统媒体具有信息真实度高等优势，所以，为了促进二者的有效融合，就需要先充分理解和认识二者的优势，然后从媒体发展管理方法和措施等方面制定融合对策，确保可以更好地适应新时期国内媒体发展需求。比如，要深入挖掘我国新闻媒体现有管理理念、制度与方式等方面的优势，对其中的成功经验进行系统归纳和总结，强化相关问题的反思，尤其是要着重纠正媒体管理中存在的劣势与不足，确保可以促进新闻媒体发展。实际上，新旧媒体融合并非是简单的“1+1”问题，但是，当下国内推进新旧媒体融合发展过程中，可能会采用“两微一端”的内容生产与传播模式，这种简单的新旧媒体相加融合不是真正的融合。针对这种情况，在新旧媒体融合发展过程中，必须本着优势互补的原则，充分利用二者各自的优势，立足于互联网时代媒体发展大环境，结合媒体工作特征和运行规律等，对现行媒体管理方式、规章制度以及运行流畅等进行持续优化，确保传统媒体更好地符合现代化社会发展需求，促进传统媒体快速发展。

2.2 优势融合，迎合受众的需求

鉴于新媒体和传统媒体具有不同优势，其中电视等传统媒体的权威性和品牌影响力更高，而微信等新媒体在媒体信息传播速度以及同受众交互性方面的优势更加突出，所以，为了实现新媒体和传统媒体二者的融合发展，就需要有效融合二者各自的优势，具体表现在如下几个方面。

2.2.1 内容融合

无论是传统媒体还是新媒体，社会信息均是其传播信息的主体，相应信息内容的质量直接关乎它们能否吸引受众的关注。由于传统媒体起步比较早，当前发展机制和管理机制比较成熟，且具有非常鲜明的政治色彩，这决定了其所发布的各种社会信息具有很强的社会公信力和权威性，相应的传播经验以及信息来源比新媒体具有更显著的优势，这些均是当下国内新媒体发展中要迫切解决的不足之处。而新媒体在信息内容的互动性、容量和形式等方面的优势比较突出，这些是当下国内传统媒体发展所欠缺的。针对这种情况，在未来新旧媒体二者融合发展中，为了使二者内容可以实现相互借鉴和合作的目标，需要强化优势内容融合，具体可以从以下两个方面入手：其一，在立足于自身传播信息真实性的基础上，我国传统媒体要充分吸收和运用新媒体信息的各种便捷传播路径和方法，利用新媒体技术平台开展移动化信息或网络化信息传播。例如，对于电视、期刊、报纸以及广播等传统媒体，可以立足于现有运营模式，加快开发、推广与普及手机快报和网络发布等信息服务。其二，在深入挖掘和获取媒体信息中，新媒体要充分利用传统媒体的各种媒体信息来源，不断提升媒体信息内容的真实性与可靠性。然后基于自身同客户互动性强和检索便捷等优势，快速传播有关的媒体信息。如此一来，通过有效融合传统媒体信息权威性特征和新媒体信息内容丰富性特征，可以使二者在未来媒体融合发展中不断提升自身的核心竞争力。

2.2.2 渠道融合

当下，新媒体较于传统媒体具有更强的竞争力，同时，传统媒体受到了新媒体发展带来的众多冲击，这很大概率归结于新媒体在传播方式与渠道等方面存在的巨大优势。对于传统媒体而言，其市场竞争力虽然受到了新媒体发展的影响，但是新媒体的发展也为提升传统媒体传播渠道提供了一个良好的机遇。传统媒体在媒体信息获取渠道可靠性以及传播渠道正规性等方面具有巨大优势，这容易使受众更加倾向于依赖这些媒体信息。基于此，新旧媒体的渠道融合必然会成为未来二者融合的一个重要趋势。对于传统媒体渠道发展而言，要积极吸收新媒体在吸引受众方面的渠道经验和优势，如采用新媒体个性化以及交互性比较强的信息传播平台，为广大受众群体搭建一个可以便捷参与和表达自己想法的沟通和交流平台，增强受众群体在传统媒体中的参与度。对于新媒体而言，要积极寻求与传统媒体合作的机会，充分利用自身信息传播平台交互性强等优势，借助传统媒体传播信息权威性强的获取渠道，增强自身为受众群体提供媒体信息的可靠性和真实性。通过这种新旧媒体渠道的融合，可以增强传统媒体交互性和新媒体信息的权威性，有助于促进二者协同发展。

2.2.3 市场融合

作为当下媒体市场的“左右臂”，新媒体同传统媒体之间必然存在许多摩擦和碰撞，但是这并非意味着需要抛弃传统媒体而只发展新媒体。通过新旧媒体融合，方可更好地促进媒体事业的发展，提升整个媒体产业链的运营水平，从而更好地带动媒体市场的发展。针对这种情况，为了更好地融合新旧媒体，同样要注意基于市场融合视角促进二者融合。首先，新旧传媒均要基于网络技术和数字技术等高新技术，对媒体信息传播技术水平进行提升；其次，在发展高新技术的基础上，新旧传播需要深入挖掘现有的运营潜力，促使新旧媒体信息内容相互延伸和融合，逐步打造高竞争力的数字化产品；最后，要注意促使新旧媒体的受众群体相互吸引，从而借助二者在商业价值方面的互补促进新旧媒体深度融合。

2.3 终端融合，搭建全媒体平台

随着互联网技术的快速发展，数字化技术等信息技术的迅猛发展为新旧媒体融合提供了强大的技术支持。通过搭建新旧媒体融合的数字化技术平台，可以有效整合移动端媒体、网络媒体与传统媒体的内容传输平台，构建一个“三微一端”（微信、微视频、微博和客户端）的全媒体平台，借助该平台进行媒体内容报道，借此增强受众群体获取媒体信息的便捷性与效率，强化媒体和受众群体的互动性，扩大受众群体的覆盖范围，从而可以借助终端融合更好地促进新旧媒体实现融合发展。

结语

总之，在当下媒体事业发展环境下，传统媒体与新媒体之间呈现为相互碰撞和借鉴的发展形势，强化二者融合发展是实现二者协同发展的重要举措。为了顺利地融合传统媒体与新媒体，需要从更新融合观念入手，强化二者在内容、渠道和市场等方面的融合，同时还要强化终端融合，搭建全媒体平台，从而充分发挥这两种媒体各自的优势，不断提升它们的市场竞争力。媒

参考文献

[1] 王天祥 . 探析全媒体时代传统媒体与新媒体的融合策略 [J]. 传播力研究，2018（06）：55-56.
[2] 程艳华 . 传统媒体与新媒体的融合策略分析 [J]. 福建商业高等专科学校学报，2013（09）：82-84.
[3] 张美玲 . 传统媒体与新媒体的冲突与融合策略 [J]. 品位·经典，2017（02）：83-84.
[4] 隗建华 . 关于传统媒体和新媒体融合发展的思考 [J]. 新媒体研究，2017，32（01）：78-79.

（作者单位：西安外国语大学）